# Una crítica necesaria a la teoría del valor subjetivo

**Ernesto Mascarell Perez**
**Investigador independiente**
**mascarell1960@hotmail.com**

"*La necesidad es lo que demanda la vida, remedio finito y saludable. El deseo es un espejismo de la necesidad, que por comparación y adicción nunca tiene fin*". Una ciencia económica digna de ese nombre no puede confundir ambos.

**Resumen:**
La teoría del valor subjetivo, piedra angular de la Escuela Austriaca y de gran parte de la economía neoclásica, sostiene que el valor de los bienes deriva de la apreciación individual del sujeto. Este artículo somete a crítica dicho postulado a partir de tres órdenes de evidencia: (1) la distinción biológica y psicológica entre necesidades (limitadas, saciables y saludables) y deseos (ilimitados, insaciables y frecuentemente dañinos); (2) la demostración histórica de que las preferencias subjetivas no son espontáneas sino sistemáticamente inducidas mediante coacción, engaño y adicción (guerras del opio, alcoholismo colonial, estrategias tabacaleras, patologización farmacéutica); (3) la advertencia temprana de Adam Smith sobre la "ingenuidad" de quienes confían en la buena fe de los poderosos. Se concluye que la teoría del valor subjetivo, al ignorar la asimetría de poder en la formación de preferencias y la existencia de necesidades objetivas, funciona como una ideología legitimadora más que como una teoría científica. Se propone complementarla (o sustituirla) con un criterio de valor objetivo basado en la satisfacción de necesidades personales, sociales y ambientales.

**Palabras clave:** Valor subjetivo, necesidades humanas, deseos inducidos, Adam Smith, manipulación de preferencias, crítica económica.

---

## 1. Introducción

Desde Carl Menger hasta la actualidad, la teoría del valor subjetivo ha dominado la explicación económica de los precios y el intercambio. Su atractivo es evidente: parte del individuo concreto, respeta sus elecciones y no impone criterios externos. Sin embargo, este artículo defiende una tesis incómoda: la

teoría del valor subjetivo, en su formulación radical, es empíricamente insuficiente y normativamente peligrosa. Es insuficiente porque no puede explicar por qué un mismo individuo valora una necesidad vital (agua) menos que un deseo inducido (vino de lujo) cuando su salud objetiva depende del agua. Es peligrosa porque, al tomar las preferencias como dadas y soberanas, legitima cualquier deseo, por más patológico o manipulado que esté, siempre que se exprese en el mercado.

La crítica no es nueva. Ya Adam Smith, en *La riqueza de las naciones*, advirtió con notable clarividencia sobre la credulidad de quienes confían en la buena fe de los poderosos. En el libro I, capítulo XI, escribió:

*"Los intereses de los comerciantes y fabricantes, en cualquier rama particular del comercio o la manufactura, son siempre en ciertos aspectos diferentes de los del público, y a menudo incluso opuestos. Esperar que los comerciantes actúen por el bien general sin ninguna intervención, confiando simplemente en su propia bondad, es una ingenuidad imperdonable. El remedio es darles la menor oportunidad posible de actuar contra el interés común."* (Smith, 1776, traducción propia).

Smith señalaba que quienes tienen poder económico tienden a manipular el mercado y las preferencias en su propio beneficio. La teoría del valor subjetivo, al ignorar esta manipulación sistemática, incurre en la misma ingenuidad que Smith censuraba.

# 2. La distinción necesidad-deseo como base para una crítica objetiva

## 2.1 Las tres escalas de necesidades

Siguiendo a Mascarell (2026), podemos distinguir tres escalas interdependientes de necesidades humanas genuinas, fundamentadas en el principio biológico de la simbiosis:

| Escala | Necesidades típicas | Propiedades clave |
|---|---|---|
| **Personal** | Fisiológicas, seguridad, identidad, crecimiento | Saciables, universales, saludables |

| Escala | Necesidades típicas | Propiedades clave |
|---|---|---|
| **Social** | Apego, reconocimiento, justicia, cooperación | Saciables, universales, saludables |
| **Ambiental** | Aire/agua/suelo sano, refugio, movilidad, naturaleza | Saciables, universales, saludables |

Una *necesidad* se define por tres criterios operativos: (a) su satisfacción produce bienestar y su carencia malestar en cualquier persona sana (universalidad); (b) existe un umbral homeostático finito (saciabilidad); (c) su satisfacción no genera daño diferido ni dependencia (salubridad).

## 2.2 Los deseos: insaciables, particulares y a menudo patológicos

Por el contrario, los deseos no cumplen estas condiciones. Son insaciables (cuanto más se satisface uno, más se desea), particulares (dependen de la comparación social y la moda) y frecuentemente perjudiciales (adicción, intoxicación, colapso ambiental). La tabla siguiente resume la distinción:

| Criterio | Necesidad | Deseo |
|---|---|---|
| **Universalidad** | Toda persona sana siente bienestar/malestar | Depende del contexto social y cultural |
| **Saciabilidad** | Umbral finito (homeostasis) | Escalada infinita (adicción, comparación) |
| **Salubridad** | No genera daño diferido | Puede intoxicar, crear dependencia, dañar el entorno |

## 2.3 El carácter ontológico de las necesidades

Una objeción recurrente al objetivismo es que "lo que es necesidad para uno puede ser deseo para otro". Sin embargo, la evidencia biológica y transcultural muestra que ciertos déficits generan daño objetivo en cualquier ser humano:

desnutrición, aislamiento social prolongado, privación de sueño, exposición a contaminantes. Estos daños son medibles mediante indicadores fisiológicos (cortisol, morbilidad, mortalidad) y psicológicos (depresión, ansiedad). Por tanto, la objetividad de las necesidades no es metafísica sino empírica: se verifica mediante el sufrimiento evitable y la pérdida de salud.

# 3. La evidencia histórica de la manipulación sistemática de preferencias

## 3.1 La guerra del opio y la imposición de adicciones

Entre 1839 y 1860, el Imperio Británico libró dos guerras contra China para forzar la importación de opio producido en la India. El resultado fue la creación de millones de adictos en una población que previamente no consumía la droga. No hubo "preferencia subjetiva espontánea": hubo una adicción inducida por la fuerza militar y el comercio forzado. La teoría del valor subjetivo, si se aplica a este caso, tendría que decir que el opio "valía subjetivamente mucho" para los chinos adictos, silenciando el hecho de que ese valor era el síntoma de una enfermedad y de una imposición violenta.

## 3.2 Alcohol como arma de colonización

En Australia, América del Norte y otras regiones colonizadas, las potencias europeas utilizaron sistemáticamente el alcohol para debilitar a las poblaciones indígenas, intercambiándolo por tierras, pieles y recursos, y fomentando la dependencia. La venta de alcohol a nativos fue una política explícita de desestructuración social. De nuevo, el "valor subjetivo" elevado que el alcohol podía tener para un individuo dependiente no es un dato neutro, sino el resultado de una estrategia de dominación.

## 3.3 Las tabacaleras y la fabricación de adicciones

Durante el siglo XX, las compañías tabacaleras no solo ocultaron los efectos cancerígenos del tabaco, sino que diseñaron cigarrillos con niveles precisos de nicotina para maximizar la adicción. Invirtieron miles de millones en publicidad dirigida a mujeres, jóvenes y países en desarrollo. El "valor subjetivo" del tabaco para un adolescente que comienza a fumar no refleja una preferencia autónoma, sino el éxito de una campaña de ingeniería social con fines de lucro.

### 3.4 La patologización farmacéutica

La industria farmacéutica ha promovido la conversión de procesos naturales (menopausia, duelo, envejecimiento, timidez) en "trastornos" tratables con medicamentos de por vida. El caso más documentado es el de la disfunción eréctil: antes de 1998 no existía como enfermedad masiva; tras el lanzamiento de Viagra y una campaña de marketing masiva, se creó una demanda donde antes no la había. Aquí el "valor subjetivo" es literalmente fabricado por la industria que define la enfermedad y vende la cura.

### 3.5 Moda rápida y obsolescencia programada

La industria de la moda genera cada temporada nuevos deseos mediante desfiles, revistas, redes sociales y celebridades, convenciendo a los consumidores de que sus prendas de la temporada anterior son "pasadas de moda", aunque sigan siendo funcionales. La obsolescencia programada en electrónica (baterías no reemplazables, actualizaciones que ralentizan dispositivos) opera bajo el mismo principio: insaciar la demanda para multiplicar el consumo, con enormes costes ambientales.

### 3.6 La hipótesis de la desintegración social (1960-1980)

Aunque controvertida, existen evidencias documentadas (investigaciones periodísticas y desclasificaciones parciales) de que agencias de inteligencia estadounidenses tuvieron vínculos con el tráfico de drogas para desmovilizar movimientos sociales contestatarios (caso de los Contras en Nicaragua y el crack en barrios negros de EE. UU.). Más allá de la veracidad de cada caso, lo relevante es que la posibilidad misma de que los deseos sean inducidos con fines políticos deslegitima cualquier teoría que los trate como preferencias autónomas.

## 4. Adam Smith y la ingenuidad del subjetivismo radical

La cita de Adam Smith incluida en la introducción es crucial porque proviene de alguien a quien no se puede acusar de antimercado. Smith, el padre del liberalismo económico, reconocía que los comerciantes y fabricantes actúan sistemáticamente contra el interés público si no se los regula. La teoría del valor subjetivo, al partir de la soberanía del consumidor y la neutralidad de las preferencias, ignora esta advertencia. En el mejor de los casos, es ingenua. En el

peor, es ideológica: sirve para legitimar cualquier resultado de mercado, por más que provenga de la manipulación, la adicción o la coerción.

Smith no era subjetivista radical. En *La teoría de los sentimientos morales* (1759) distinguía claramente entre pasiones "sociales" (beneficiosas) y "antisociales" (dañinas), y creía en la existencia de un espectador imparcial que podía juzgar objetivamente las conductas. El subjetivismo extremo de Menger y sus seguidores es, desde esta perspectiva, una degeneración del pensamiento de Smith, no su culminación.

# 5. Consecuencias para la teoría del valor

## 5.1 El valor subjetivo como descriptor insuficiente

La teoría subjetiva del valor explica bien por qué un adicto paga mucho por su droga: porque la valora subjetivamente. Pero no explica por qué esa valoración es patológica, ni por qué sería mejor para el adicto no tenerla. Tampoco explica por qué las sociedades regulan o prohíben ciertos mercados (drogas, armas, órganos) aunque exista valoración subjetiva positiva. Si el valor fuera puramente subjetivo, ninguna prohibición sería justificable.

## 5.2 Necesidad de un criterio objetivo de valor

La evidencia histórica y biológica sugiere que debemos distinguir entre:

- **Valor objetivo primario:** el que satisface necesidades genuinas (personales, sociales, ambientales). Es universal, saciable y saludable.
- **Valor subjetivo secundario:** el que se asigna a bienes que cubren deseos no necesarios o inducidos. Este puede ser tolerado en un marco regulatorio, pero nunca legitimado como equivalente al primero.

En la práctica, esto implica priorizar en las políticas públicas la satisfacción de necesidades (agua potable, alimentación nutritiva, vivienda digna, vínculos sociales, espacios verdes) sobre la maximización de la valoración subjetiva agregada (PIB). Implica también regular, gravar o prohibir la inducción de deseos dañinos: publicidad de adicciones, obsolescencia programada, patologización comercial.

# 6. Conclusiones

La teoría del valor subjetivo de Carl Menger, aunque útil para describir ciertos mecanismos de mercado, es empíricamente deficiente y normativamente peligrosa. Es deficiente porque no puede explicar la diferencia entre necesidades y deseos, ni la manipulación sistemática de preferencias documentada históricamente. Es peligrosa porque, al tratar todas las valoraciones como igualmente legítimas, legitima los resultados de la coerción, el engaño y la adicción.

Adam Smith ya advirtió hace más de dos siglos que confiar en la buena fe de los poderosos es una "ingenuidad imperdonable". La economía del siglo XXI debería tomar en serio esa advertencia y complementar (o sustituir) el subjetivismo radical con una teoría del valor objetivo basada en las necesidades reales de los seres humanos, sus comunidades y su entorno natural.

---

## Referencias


- Mascarell Perez, E. (2026). *Escala de las necesidades humanas: fundamentos simbióticos, distinción entre necesidades y deseos, y una propuesta experimental*. Escala de las necesidades humanas : Ernestoi Mascarell Perez : Free Download, Borrow, and Streaming : Internet Archive
- Menger, C. (1871). *Principios de economía política*. Madrid: Unión Editorial (ed. española 1997).
- Smith, A. (1776). *Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. Londres: W. Strahan y T. Cadell.
- Smith, A. (1759). *La teoría de los sentimientos morales*. Londres: A. Millar.
- Volkow, N. D., Koob, G. F., & McLellan, A. T. (2016). Neurobiologic advances from the brain disease model of addiction. *New England Journal of Medicine*, 374(4), 363-371.
- Wilkinson, R., & Pickett, K. (2009). *The Spirit Level: Why More Equal Societies Almost Always Do Better*. London: Allen Lane.